Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada

Canada

SECRÉTARIAT DE L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Analyse sectorielle

Tendances sur le marché des aliments pour animaux de compagnie

Allemagne

Juillet 2017

Sommaire

La valeur du marché allemand de la vente au détail d'aliments pour animaux de compagnie s'exprime en milliards de dollars. Mintel estime que la valeur des ventes en Allemagne était d'environ 3,4 milliards de dollars US en 2016. L'Allemagne est la plus grande économie de l'Union européenne (UE) et la quatrième économie en importance dans le monde. L'Allemagne est aussi l'un des plus grands marchés de ce type de produit. Le marché allemand croît sans cesse, et les aliments pour chats et pour chiens arrivent en tête des ventes. Si la tendance se maintient, les ventes totales d'aliments pour animaux de compagnie atteindront environ 4 milliards de dollars US d'ici 2020.

La participation du Canada sur ce marché demeure négligeable, malgré une hausse des exportations d'aliments pour chiens et pour chats entre 2012 et 2014. Les transformateurs pourraient toutefois accroître leur part du marché en ciblant les marchés haut de gamme qui se développent en raison de l'humanisation des aliments pour animaux de compagnie. Plus particulièrement, l'importance croissante accordée à la santé et au mieux-être commence à se manifester sur le marché des aliments pour animaux de compagnie, ce qui fait augmenter la demande de produits de spécialité, comme les aliments fonctionnels.

Le secteur allemand des aliments pour animaux de compagnie reprend les principales allégations fonctionnelles que véhiculent les aliments destinés à la consommation humaine : produits sans ingrédients artificiels, sans gluten ou sans sucre, produits biologiques, à haute teneur en protéines ou en vitamines, produits sans colorants artificiels.

Le présent rapport porte uniquement sur le marché des aliments pour chiens et pour chats, mais le marché des aliments pour oiseaux, poissons, petits mammifères et reptiles offre d'autres débouchés potentiels aux exportateurs canadiens.

Selon le rapport Évaluation des occasions et des défis du marché dans l'UE, les aliments pour animaux de compagnie ont été classés parmi les débouchés les plus prometteurs de l'Union européenne. D'après une analyse rigoureuse de la taille du marché, de la croissance et des réductions tarifaires sur les importations de l'UE, il a été conclu que l'Allemagne représente une occasion idéale pour les exportateurs canadiens d'aliments pour animaux de compagnie.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1
Population d'animaux de compagnie 2
Taille du marché de détail 3
Segmentation du marché 5
Canaux de distribution 6
Importations de l'Allemagne 7
Analyse des nouveaux produits 8
Normes 9
Pour plus d'information 10
Ressources 11

Rapports connexes

- AECG : Aliments canadiens pour animaux de compagnie
- Aliments pour animaux de compagnie en Union européenne
- Possibilités accrues en Union européenne pour les aliments canadiens pour animaux de compagnie

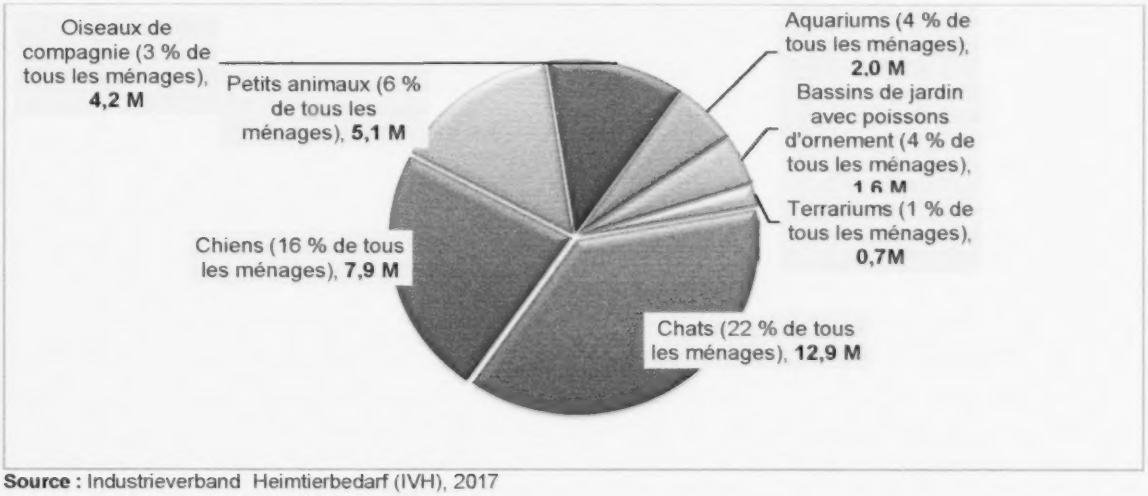
Population d'animaux de compagnie

Bien qu'elle varie un peu d'année en année, on estimait à environ 34,5 millions la population d'animaux de compagnie en Allemagne en 2016.

En 2016, 22 % des ménages allemands possédaient un chat. Les chats sont les animaux de compagnie les plus populaires auprès des consommateurs allemands, plus précisément ceux qui habitent dans des appartements en zone urbaine ou dans des immeubles à logements où les chiens sont interdits. Même si on considère souvent que les chats sont moins interactifs que les chiens, de nombreux propriétaires de chat établissent une relation étroite et positive avec leur animal.

En dépit d'un espace habitable de plus en plus restreint, surtout dans les grandes villes, la tendance des Allemands à garder deux ou plusieurs chats devrait se maintenir. Néanmoins, la croissance de la population de chats devrait demeurer faible, ce qui représente une base de clients stagnante. Parallèlement, l'importance d'offrir à ses chats un cadre de vie plus naturel et des conditions d'alimentation de qualité est élevée ou tend même à augmenter au fil des années.

Population d'animaux de compagnie en Allemagne en 2016



Source : Industrieverband Heimtierbedarf (IVH), 2017

En Allemagne, on considère souvent favorablement les animaux de compagnie comme un point d'équilibre dans la vie trépidante de leur maître. On dit même parfois qu'ils occupent la place d'un partenaire ou d'un enfant. Ces compagnons bien-aimés donnent souvent l'impression d'améliorer le bien-être et la qualité de vie de leurs propriétaires.

Ménages allemands possédant des animaux de compagnie

1 personne	**29 %**
2 personnes	**38 %**
3 personnes et plus	**33 %**

Source : Industrieverband Heimtierbedarf (IVH)

Même si les chiens ne sont pas aussi populaires que les chats en Allemagne, leur population (7,9 millions) est demeurée stable et bien moins importante que la population de chats. En 2016, 16 % des ménages allemands possédaient un chien.

On considère également que les chiens favorisent la condition physique et la santé de leurs maîtres et qu'ils les aident à rétablir un lien avec la nature lors des promenades quotidiennes. Par conséquent, la population d'animaux de compagnie augmente à un taux presque parallèle au nombre de petits ménages, selon Euromonitor.

43 % de tous les ménages allemands comptent au moins un animal de compagnie	58 % de toutes les familles avec enfants possèdent un animal de compagnie	19 % de tous les ménages qui ont des animaux de compagnie en possèdent au moins deux

Source : Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) (images Microsoft)

L'Allemagne est le deuxième pays d'Europe quant au nombre d'animaux de compagnie avec 34,5 millions de bêtes, derrière la Russie, au premier rang avec 47 millions d'animaux. Des données obtenues auprès de l'Association industrielle des fabricants de produits de soins pour animaux de compagnie (en allemand : Industrieverband Heimtierbedarf, IVH) et de l'Association allemande de l'industrie et du commerce des animaux de compagnie (ZZF) indiquent que 43 % des ménages allemands possèdent au moins un animal de compagnie, et que 58 % des familles avec enfants ont un animal de compagnie. Contrairement au reste du monde, où les chiens sont les plus populaires, les chats se classent bons premiers en Allemagne, leur nombre atteignant 12,9 millions (22 % de tous les ménages) contre 7,9 millions de chiens (16 % des ménages). On y dénombre également 5,1 millions de petits animaux de compagnie (6 % des ménages).

Taille du marché de détail

Troisième marché de détail d'aliments pour animaux de compagnie de l'Union européenne, l'Allemagne a enregistré des ventes d'un peu plus de 3,3 milliards de dollars US en 2016, dont 1,7 milliard de dollars en achats de nourriture pour chats et un peu plus de 1,4 milliard de dollars US dans le cas de la nourriture pour chiens.

Historique de la valeur des ventes au détail d'aliments pour animaux de compagnie en Allemagne, en milliards de dollars US, achats de nourriture pour animaux de compagnie par habitant en dollars US et croissance en pourcentage (%)

	Unités	2012	2013	2014	2015	2016
Valeur	Milliards $US	3,44	3,66	3,78	3,26	3,35
Dépenses par habitant	$US	42,70	45,26	46,53	39,82	40,65
Croissance de la valeur	%	-4,80	6,30	3,30	-13,70	2,60

Source : IVH, ZZF, Information Resources Inc., Economist Intelligence Unit, Trade Interviews, Mintel.

En 2016, le secteur allemand des aliments pour animaux de compagnie a connu une excellente année en ce qui a trait au volume des ventes (+2,5 %) et à la croissance de la valeur actuelle (+2,6 %). Bien que le marché allemand des aliments pour animaux de compagnie soit considéré comme mature et saturé dans une certaine mesure, il fait face à une concurrence féroce. L'innovation et la demande croissante en produits haut de gamme continueront toutefois de stimuler la croissance au cours de l'année.

Prévisions de la valeur des ventes au détail d'aliments pour animaux de compagnie en Allemagne, en milliards de dollars US, achats de nourriture pour animaux de compagnie par habitant en dollars US et croissance en pourcentage (%)

	Unités	2017	2018	2019	2020

Valeur	Milliards $US	3,40	3,46	3,70	3,85
Dépenses par habitant	$US	41,26	41,96	44,79	46,60
Croissance de la valeur	%	1,70	1,80	6,70	4,00

Source : IVH, ZZF, Information Resources Inc., Economist Intelligence Unit, Trade Interviews, Mintel

Le taux de croissance annuel composé (TCAC) antérieur des ventes au détail d'aliments pour animaux de compagnie a été évalué à 3,1 % en termes de valeur et à 1,1 % en termes de volume entre 2011 et 2016. Selon Mintel, le secteur des aliments pour animaux de compagnie de l'Allemagne devrait atteindre des ventes d'une valeur de 3,8 milliards de dollars US d'ici 2020, affichant un TCAC de 2,7 % en termes de valeur et de 0,5 % en termes de croissance du volume.

Taux de croissance annuel composé du marché de détail des aliments pour animaux de compagnie en Allemagne

	2011-2015 (%)	2016-2020 (%)
Valeur	3,1	2,7
Volume	1,1	0,5

Source : Mintel

En 2016, les principales entreprises de fabrication d'aliments pour animaux de compagnie en Allemagne étaient Mars Inc. (21,7 % de la part de la valeur marchande totale et une part du volume de 15 %) et ses marques Pedigree et Whiskas, suivies par Nestlé SA (10,8 % en termes de valeur, 5,9 % en termes de volume) et ses marques Purina Beneful et Purina Fancy Feast/Gourmet, et Vitakraft Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co KG (3,8 % en termes de valeur et 2 % en termes de volume) avec ses marques Vitakraft.

Allemagne – Aliments pour animaux de compagnie : Part du marché de détail des entreprises selon la valeur (%)

Entreprise	2014	2015	2016
Mars Incorporated	24,3	23,0	21,7
Nestlé S.A.	9,8	10,3	10,8
Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co., KG	3,6	3,7	3,8
The Procter & Gamble Company	2,3	2,2	2,1
Marque maison	34,4	35,5	36,6
Autres	25,6	25,3	25,0

Source : Mintel

La part en volume des marques maison a continué de progresser, passant de 49,7 % à 52,5 % entre 2014 et 2016. Collectivement, les marques maison ont rapidement percé leur marché entre 2010 et 2016. À partir des données disponibles, il est toutefois impossible d'établir avec précision si certaines marques maison ont mieux réussi que d'autres dans cette catégorie.

Allemagne – Aliments pour animaux de compagnie : Part du marché de détail des entreprises selon le volume (%)

Entreprise	2014	2015	2016
Mars Incorporated	16,8	15,9	15,0

Nestlé S.A.	5,7	5,8	5,9
Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co., KG	1,6	1,8	2,0
The Procter & Gamble Company	1,1	1,0	0,9
Marque maison	49,7	51,1	52,5
Autres	25,1	24,4	23,7

Source : Mintel

Les marques maison et les petits fabricants d'aliments pour animaux de compagnie (catégorie *Autres*) représentent plus de 60 % des ventes au détail de ces produits. En 2016, ces deux groupes comptaient pour 76,2 % du volume des ventes d'aliments pour animaux de compagnie, en grande partie grâce à l'augmentation des ventes de marques maison. La proportion de ventes découlant de la part de marché d'autres fabricants de nourriture pour animaux de compagnie était stable durant la période visée par l'examen.

Segmentation du marché

En Allemagne, la popularité croissante de la nourriture pour animaux de compagnie préparée s'explique surtout par le caractère pratique du produit. La nourriture sèche ou humide est facile à manipuler, elle se conserve longtemps et produit moins de déchets. Les promoteurs de nouvelles marques d'aliments pour animaux de compagnie ont fort bien réussi à convaincre les consommateurs potentiels des avantages de ce type d'aliments, présentant le produit comme un choix santé, fait d'ingrédients sains et permettant d'offrir aux animaux un régime équilibré.

Mintel souligne que la presque totalité de la nourriture pour chats consommée en Allemagne est préparée, ce qui représente 98 % de la consommation totale d'aliments pour chats. Le seul moyen de stimuler la croissance des ventes consistera à vendre davantage d'aliments de qualité supérieure, de manière à faire augmenter la valeur des aliments pour chats vendus en Allemagne.

Allemagne – Aliments pour animaux de compagnie : Segmentation du marché de détail selon le volume (en milliers de tonnes)

Segment	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	932	947,8	961,5	972,9	985,6	1000,7	1004,9
Chats	513,6	529	540,6	550,8	556,7	550,6	555,4
Chiens	418,4	418,8	420,9	422,1	428,9	450,1	449,5

Source : Mintel

En Allemagne, le marché de la nourriture pour chats est dominé par Mars et Nestlé qui, ensemble, possèdent une part de marché évaluée à près de 33 % selon Mintel. Bien que la croissance du marché des aliments pour chats ait ralenti ces derniers temps, ce sont les gâteries pour chats qui continuent d'enregistrer la plus forte progression, en raison d'une augmentation des ventes de produits fonctionnels et de qualité supérieure.

Mintel prédit aussi que le marché des aliments pour chats obtiendra de meilleurs résultats que celui de la nourriture pour chiens parce que la population vieillit et qu'il est plus facile de s'occuper d'un chat que d'un chien. Le bon rendement des gâteries pour chats s'explique aussi par la tendance à l'humanisation des animaux de compagnie en Allemagne. La segmentation et les produits spécialisés continueront de prévaloir sur le marché allemand de la nourriture pour chats. Les produits qui proposent certains avantages pour la santé devraient particulièrement bien fonctionner.

La nourriture humide pour chats continuera de représenter la majeure partie des ventes d'aliments pour chats. La nourriture pour chats de qualité supérieure sera l'un des principaux leviers de la croissance globale de ce secteur. Cependant, les ventes d'aliments humides pour chats de catégorie économique progresseront probablement en raison de la popularité croissante des produits de marque maison.

Allemagne – Aliments pour chats : Segmentation du marché de détail selon le volume (en

milliers de tonnes)

Segment	2013	2014	2015	2016
Chats	550,8	556,7	550,6	555,4
Humides	441,9	446,8	445,0	453,5
Secs	108,9	109,9	105,6	101,9

Source : Mintel

Mars et Nestlé sont aussi les principaux acteurs sur le marché en croissance de la nourriture pour chiens en Allemagne, représentant près de la moitié des ventes totales d'aliments pour chiens en 2016. Selon Mintel, la valeur totale des ventes d'aliments pour chiens en Allemagne a atteint environ 1,7 milliard de dollars US en 2016. Les gâteries et mélanges pour chiens, les aliments secs et les aliments humides pour chiens comptent chacun pour environ le tiers des ventes totales.

La tendance à l'humanisation des animaux de compagnie sur le marché des aliments pour chiens s'observe dans le succès croissant des produits pour chiens de qualité supérieure et des aliments pour chiens spécialisés. Les fabricants élargissent leurs gammes de produits en ciblant des races particulières, certaines tailles et des groupes d'âge précis. Les ventes d'aliments thérapeutiques pour chiens ont aussi augmenté, mais ce type de produit représente actuellement un petit créneau en raison des prix élevés. Selon l'Association industrielle allemande des fabricants de produits de soins pour animaux de compagnie (Industrieverband Heimtierbedarf, IVH), les aliments pour chiens de qualité supérieure et les gâteries pour chiens devraient être les principaux moteurs de la future croissance du secteur.

Allemagne – Aliments pour chiens : Segmentation du marché de détail selon le volume (en milliers de tonnes)

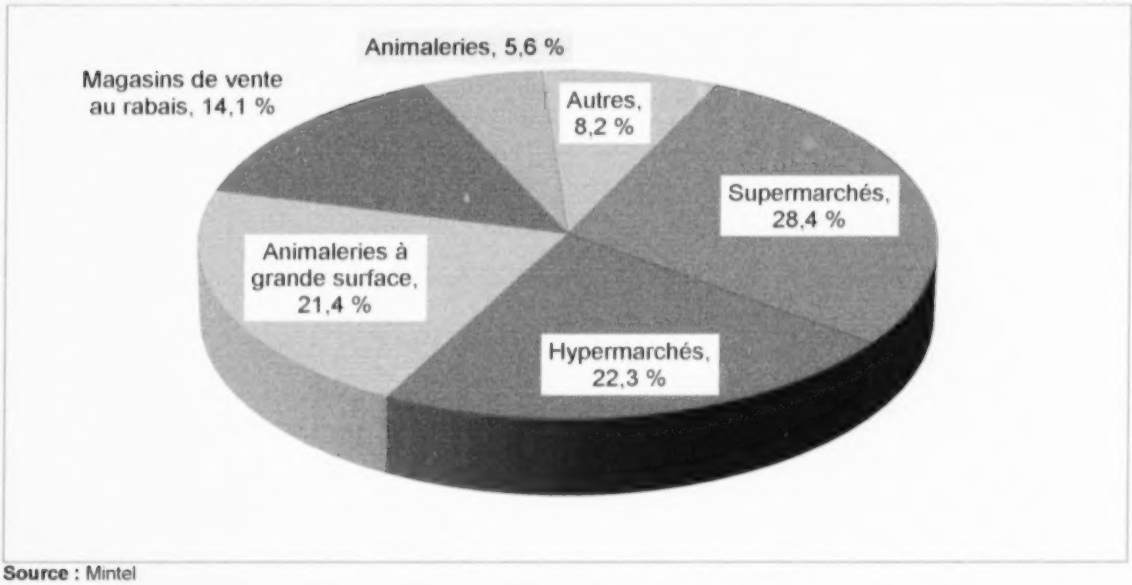
Segment	2013	2014	2015	2016
Chiens	422,1	428,9	450,1	449,5
Secs	236,9	239	239,5	236,4
Humides	185,2	189,9	210,6	213,1

Source : Mintel

Canaux de distribution

En Allemagne, la distribution des aliments pour animaux de compagnie s'effectue principalement par l'entremise d'un réseau moderne de détaillants en alimentation, en particulier les supermarchés et les hypermarchés. Les supermarchés représentent 28,4 % des ventes d'aliments pour animaux de compagnie vendus en magasin, suivis par les hypermarchés avec 22,3 %. Les spécialistes autres que les détaillants en alimentation, comme les magasins à grande surface d'aliments pour animaux de compagnie et les animaleries représentaient une part combinée de 27 % des ventes d'aliments pour animaux de compagnie en 2016.

Ventes d'aliments pour animaux de compagnie en Allemagne selon le canal de distribution (en %) en 2016



Source : Mintel

Mintel souligne que le marché allemand des aliments pour animaux de compagnie est mature et saturé, mais aussi partagé en deux principaux positionnements, les aliments de qualité supérieure et les aliments à prix économique obtenant tous deux de bons résultats. Les aliments pour animaux de compagnie de qualité supérieure sont surtout vendus dans les magasins de spécialité, tandis que les produits de milieu de gamme sont vendus à la fois dans les magasins de spécialité et dans les supermarchés. Les supermarchés et les magasins de vente au rabais offrent principalement les produits économiques. Les produits économiques ou les produits de marque maison représentent plus de 50 % du volume des ventes et 36 % de la valeur des ventes totales.

Internet commence à jouer un rôle plus important en Allemagne. Selon les estimations de l'industrie et du commerce, le volume des ventes en ligne a oscillé autour de 460 millions d'euros (500 millions de dollars américains) en 2016. Il n'y a cependant pas de distinction entre les ventes, car aucune donnée propre à chaque espèce sur le marché en ligne de la « nourriture pour animaux de compagnie préparée » ou donnée sur les « accessoires pour animaux de compagnie » n'était disponible.

Importations de l'Allemagne

En 2016, les importations totales d'aliments pour chats et pour chiens de l'Allemagne ont dépassé un milliard de dollars américains. Neuf des dix principaux fournisseurs du marché allemand étaient des pays européens. En 2016, les plus grands fournisseurs de l'Allemagne, tant du point de vue de la valeur que du volume des importations, étaient les Pays-Bas et la France, leur part s'élevant respectivement à 19,4 % et à 14,2 %. La Thaïlande était le plus proche concurrent de ces principaux fournisseurs européens, représentant une part du marché d'un peu plus de 3 % des importations d'aliments pour chats et pour chiens (mesurées selon la valeur), en 2016.

Statistiques sur les importations allemandes d'aliments pour chiens et pour chats conditionnés pour la vente au détail (SH : 230910) en $US

Pays	2012	2013	2014	2015	2016
Monde	875 127 753	1 010 196 443	1 138 398 548	1 069 080 277	1 069 185 018
Pays-Bas	218 243 938	213 792 655	233 619 223	231 139 079	207 331 413
France	119 947 230	131 654 380	155 610 437	146 072 989	152 267 786
Pologne	28 269 911	43 347 729	61 309 483	80 664 215	117 401 862
Liechtenstein	102 118 524	122 059 145	153 346 781	130 122 220	105 695 525
Royaume-Uni	58 256 675	69 888 825	78 225 125	71 752 860	75 542 932
Autriche	51 743 767	59 916 012	63 739 247	54 593 315	66 004 763
Hongrie	74 589 797	112 408 460	112 724 112	92 527 655	55 879 115
Thaïlande	22 230 142	30 080 681	36 480 481	34 974 746	33 133 433
Belgique	14 511 195	20 903 531	19 596 679	13 510 046	26 322 730
Canada	453 828	819 798	1 342 303	178 047	417 324

Source : Global Trade Tracker 2017

Statistiques sur les importations allemandes d'aliments pour chiens et pour chats conditionnés pour la vente au détail (SH : 230910) en tonnes

	2012	2013	2014	2015	2016
Monde	504 283	516 284	563 750	620 895	637 537
Pays-Bas	163 223	134 163	148 835	174 196	169 560
France	67 802	67 769	83 773	96 838	105 830
Pologne	21 854	30 988	40 296	56 934	85 557
Liechtenstein	50 989	59 028	68 992	71 606	62 116
Royaume-Uni	31 225	36 228	37 082	38 038	45 022
Hongrie	44 463	61 561	67 130	66 431	35 080
Autriche	16 955	16 104	16 048	16 612	21 862
Belgique	12 724	21 873	17 609	12 521	16 702
Espagne	2 446	5 773	8 569	9 179	12 433
Canada	219	309	543	94	201

Source : Global Trade Tracker 2017

Analyse des nouveaux produits

Selon Mintel, il y a eu 2903 lancements de nouveaux aliments pour animaux de compagnie sur le marché allemand entre janvier 2012 et mars 2017. Au cours des trois premiers mois de 2017, 95 nouveaux produits ont été lancés. Plus de la moitié (57,8 %) des lancements étaient des produits entièrement nouveaux et 29,5 % correspondaient à de nouvelles variétés ou à un élargissement de la gamme de produits. L'allégation la plus utilisée était « sans additifs ni agents de conservation » qui figurait sur 47,2 % des produits lancés; venaient ensuite les allégations « animal – adulte » avec 42,5 % et « à teneur faible, nulle ou réduite en allergènes » avec 23,7 %. Environ 26,5 % des produits se rangeaient dans la sous-catégorie des produits de nourriture humide pour chats et 26,5 % étaient des collations et gâteries pour chiens. Dans plus de 65 % des cas, les produits lancés étaient de marque maison.

Nombre de lancements de nouveaux aliments pour animaux de compagnie en Allemagne, par année et par caractéristique

Caractéristique	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (mars)
Nombre total de nouveaux produits	680	416	683	365	664	95
Cinq principaux types de lancement						
Nouveau produit	416	216	465	191	362	29
Nouvelle variété / élargissement de la gamme	186	135	164	116	205	50
Nouvel emballage	62	48	40	32	72	9
Nouveau lancement	6	14	12	14	22	5
Nouvelle formulation	10	3	2	12	3	2
Cinq principales allégations						
Sans additifs ni agents de conservation	224	141	331	224	384	66
Animal - Adulte	180	140	261	226	365	63
À teneur faible, nulle ou réduite en allergènes	89	36	215	87	238	23
À teneur faible, nulle ou réduite en sucre	105	74	139	118	203	37
Qualité supérieure	103	61	149	68	125	21
Cinq principales sous-catégories						
Aliments humides pour chats	204	103	137	122	181	21
Collations et gâteries pour chiens	175	104	173	68	186	22
Aliments humides pour chiens	85	87	90	80	121	23
Collations et gâteries pour chats	64	62	112	57	62	16
Aliments secs pour chiens	57	35	110	15	57	4
Cinq principales entreprises						
Fressnapf	60	34	38	51	48	14
Mars	61	43	28	30	33	8
DM Drogerie Markt	20	25	19	23	34	9
Vitakraft	36	9	33	1	28	3
Nestlé Purina PetCare	30	21	18	12	12	3
Produit de marque et marque maison						
Produit de marque	517	452	435	292	168	40
Marque maison	166	228	229	124	197	55
Allégation nutritionnelle						
Protéines (figurant sur l'étiquette)	546	290	625	236	348	90
Fibres (figurant sur l'étiquette)	512	282	592	222	334	82
Cendres (figurant sur l'étiquette)	479	265	579	208	325	80
Matières grasses (figurant sur l'étiquette)	426	264	517	207	319	76
Humidité (figurant sur l'étiquette)	399	202	494	183	281	70

Source : Mintel GNPD

Normes

La Fédération européenne de l'industrie des aliments pour animaux familiers (FEDIAF) a été créée en 1970 et représente l'industrie des aliments pour animaux de compagnie dans 26 pays européens. Son rôle est de collaborer avec les autorités, les responsables de la réglementation et les universitaires afin d'établir des conditions propices à l'approvisionnement de produits sains, nutritifs et agréables au goût (FEDIAF, 2015-A). FEDIAF a élaboré des lignes directrices ainsi qu'un code de nutrition et d'étiquetage des aliments pour animaux de compagnie.

Nutrition

FEDIAF a élaboré les lignes directrices nutritionnelles pour les teneurs de base en éléments nutritifs de la nourriture pour chiens et chats et pour d'autres animaux. Le guide complet peut être consulté sur le site Web de la FEDIAF : http://www.fediaf.org/self-regulation/nutrition/

Étiquetage

Le Règlement n° 767/2009 de l'UE régit en grande partie l'étiquetage des aliments pour animaux de compagnie en Union européenne. Pour plus de renseignements sur les exigences particulières d'étiquetage en UE, consultez le site Web suivant : Règlement n° 767/2009 de l'UE http://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2009/767/oj

Selon l'interprétation de ce règlement, la FEDIAF a établi un code de bonnes pratiques d'étiquetage des aliments pour animaux de compagnie, qui tient compte de trois fonctions de base : 1) information à l'intention du consommateur sur l'utilisation du produit; 2) contrôle et application de la loi; 3) commercialisation et vente au détail. Les renseignements suivants figurant sur les étiquettes des aliments pour animaux de compagnie sont exigés par la loi (FEDIAF, 2015-B) :

- nom et description du produit;
- liste des ingrédients;
- renseignements sur la teneur en éléments nutritifs;
- renseignements sur les additifs;
- date d'expiration du produit, code du lot;
- nom du producteur ou du distributeur et ses coordonnées pour obtenir plus d'information;
- mode d'emploi du produit (directives pour l'alimentation);
- poids et/ou quantité.

Le code complet peut être consulté sur le site Web de la FEDIAF : http://www.fediaf.org/self-regulation/labelling/. De plus, les exigences d'étiquetage de l'UE changeront pour chaque type d'aliment pour animaux de compagnie (ingrédient composé ou unique, aliment diététique); les additifs dans les aliments sont réglementés; les ingrédients génétiquement modifiés (GM) contenus dans les aliments doivent provenir d'une culture GM approuvée et être indiqués sur l'étiquette. Pour en savoir plus sur les exigences d'exportation des sous-produits de viande vers l'UE, les exportateurs doivent consulter le chapitre 11 du Manuel des méthodes de l'hygiène des viandes de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

Pour plus d'information

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Aperçu du Service des délégués commerciaux en Allemagne**
  www.tradecommissioner.gc.ca/de

- **Trouvez un délégué commercial**
  http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/trade-commissioner-delegue-commercial/search-recherche.aspx?lang=fra

Pour obtenir plus de renseignements sur le marché de l'Allemagne et d'autres marchés, consultez la collection complète des rapports d'analyse des marchés mondiaux à la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, par secteur et région d'intérêt, à l'adresse :

- ats-sea.agr.gc.ca

Pour d'autres renseignements sur la foire commerciale Anuga de 2017, veuillez communiquer avec :

- **Ben Berry, directeur adjoint**
  Stratégie et organisation, foires commerciales
  Agriculture et Agroalimentaire Canada
  ben.berry@agr.gc.ca

Ressources

Euromonitor International, 2017.

Euromonitor International. Packaged Food in Germany, novembre 2016

Euromonitor International. Germany in depth, mars 2015

IVH - Industrial Association of Pet Care Producers: http://www.ivh-online.de

ZZF - Federation of Zoological Specialists: http://www.iriworldwide.com

Mintel Global New Products Database (GNPD), 2017

Global Trade Tracker, 2017

Analyse sectorielle : Tendances sur le marché des aliments pour animaux de compagnie en Allemagne
Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Karim Zarrouki, analyste du marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2017).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS		Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.